

На правах рукописи



БУРОВА Юлия Евгеньевна

**ВЛИЯНИЕ ПИАР-ТЕХНОЛОГИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ВЛАСТИ В
РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ**

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2013

Работа выполнена на кафедре
истории журналистики ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Научный руководитель:

доктор политических наук,
доцент *Стровский Дмитрий Леонидович*

Официальные оппоненты:

Чепкина Элина Владимировна, доктор
филологических наук, доцент, ФГАОУ ВПО
«Уральский федеральный университет имени
первого Президента России
Б. Н. Ельцина» (г. Екатеринбург),
зав. кафедрой стилистики и русского языка

Балынская Наталья Ринатовна, доктор
политических наук, ФГБОУ ВПО
«Магнитогорский государственный
технический университет им. Г. И. Носова» (г.
Магнитогорск), директор Института экономики
и управления

Ведущая организация:

ФГБОУ ВПО «Курганский государственный
университет» (г. Курган)

Защита состоится 16 декабря 2013 года в 13:00 на заседании диссертационного совета Д 212.285.21. по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук на базе ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал заседаний диссертационных советов, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина».

Автореферат разослан « » ноября 2013 года.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор филологических наук, доцент



Б.Н.Лозовский

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. Средства массовой информации, исторически являясь основным субъектом информационного процесса, стремительно теряют свое влияние на общество. Сегодня значительную роль в информационном воздействии на аудиторию играют пиар-структуры власти и пресс-службы официальных органов: их сообщения не только наполняют новостные ленты интернет-изданий, но и становятся источником подготовки журналистских материалов в печатных и аудиовизуальных СМИ. При этом журналисты, работающие с такой информацией, как правило, не проверяют ее достоверность и не анализируют ее в контексте общественно-политических процессов, происходящих в стране. На смену этим элементарным профессиональным навыкам пришла сетевая технология копипаст, реализующаяся путем полной публикации материала в первоначальном, неизменном виде. Причем такая ситуация в одинаковой мере характерна как для федеральных, так и для региональных СМИ.

Так, анализ, проведенный автором исследования, свидетельствует о том, что подавляющая часть (75%) всех информационных материалов, появляющихся ежедневно в региональных и местных СМИ Тюменской области, — официальные сообщения пресс-служб органов власти или официальных, государственных структур.

Этот пример является ярким доказательством того, что СМИ постепенно утрачивают свою первоначальную миссию, направленную на разъяснение сути процессов, происходящих в стране, путем формирования объективной картины дня на основе всестороннего анализа фактов, взвешенной аргументации и сопоставления различных точек зрения, становясь в результате просто объектами информационного влияния власти.

Данная ситуация приводит к деформации сущности журналистской профессии и потере доверия общества к СМИ. Это выражается не только в падении тиражей традиционной прессы, но и в сформировавшейся в последние годы у значительной части общества привычке искать нужные сведения где угодно, только не на страницах

газет. К примеру, одним из ведущих источников информации в 2012 году 39% жителей Тюменской области назвали неформальные источники, т. е. друзей, знакомых, коллег, родственников.¹

Все это и обусловило **актуальность** темы диссертационного исследования, связанную с необходимостью изучения особенностей влияния пиар-структур на редакционную деятельность тюменских СМИ. Выбор Тюменской области объясняется тем, что именно здесь на протяжении последних лет апробировались основные общенациональные реформы и управленческие решения, повлиявшие впоследствии на тенденции общественно-политического развития современной России. Речь идет в том числе и о специфике взаимодействия СМИ и власти, поскольку базовые технологии такого взаимодействия были также впервые опробованы в тюменском регионе.

В связи с этим исследовательский интерес автора сосредоточен на осмыслении проблемы взаимоотношений СМИ и власти, которая обостряется в условиях современных изменений политической и общественной жизни страны. Общество остро нуждается в разъяснении действий власти и сути политических процессов, происходящих в стране. Между тем СМИ сегодня не могут предоставить обществу такой анализ, поскольку оказываются не в состоянии противостоять возрастающему влиянию пиар-структур на редакционную деятельность и становятся просто инструментами информационного воздействия на аудиторию.

Определение оптимальных принципов взаимодействия власти и СМИ в условиях изменения особенностей общественно-политического развития страны и кризиса журналистики представляется автору важной профессиональной и научно-практической задачей, решение которой позволит устранить ряд противоречий, характерных для современного информационного процесса и журналистской деятельности.

Степень разработанности темы исследования. Последнее десятилетие характеризуется возросшей ролью пиар-структур на формирование информационной повестки дня. В силу этого в отечественной исследовательской литературе появился целый ряд работ, посвященных специфике функционирования пиар-структур. Однако

¹ Популярность средств массовой информации среди аудитории Тюменской области в 2012 году. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.admtumen.ru. (Дата обращения: 18.04.2013).

особенности их влияния, равно как и влияния пресс-служб власти на процесс журналистской деятельности в современных региональных условиях до сих пор не подвергались комплексному изучению. В связи с этим можно утверждать, что исследование данной проблемы по-прежнему затруднено.

При написании диссертации автор опиралась на целый ряд фундаментальных и прикладных работ, связанных с функционированием политических институтов и СМИ.

К *первой* группе относятся труды зарубежных исследователей, изучавших феномен власти в аспекте социальных и коммуникативных концепций: Т. В. Адорно, М. Вебер, Ф. Вебстер, К. Гордон, Т. Парсонс, Э. Тоффлер, М. Фуко, Ю. Хабермас² и труды отечественных теоретиков в области СМИ, где власть рассматривается как субъект информационного процесса: Н. Р. Балынская, И. А. Василенко, В. В. Ворошилов, Е. Л. Доценко, С. Г. Кара-Мурза, С. Г. Корконосенко, Ю. А. Нисневич, Е. П. Прохоров, В. П. Пугачев, В. В. Скоробогачкий, А. И. Соловьев.³

В свою очередь, особенности становления в России института власти, специфика реализации отечественных политических традиций и структура современного государственного устройства рассматриваются в работах

А. Г. Аникиевича, Н. А. Бердяева, А. П. Бутенко, И. А. Ильина, В. К. Кантора,

²См., например: Хоркхаймер, М, Адорно, Т. В. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты: Пер. с нем. М. М. Кузнецов. /М. Хоркхаймер, Т. Адорно. — М.- СПб.: Медиум, Ювента, 1997. — 312 с.; Вебер, М. Избранные произведения: Пер. с нем./Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предис. П. П. Гайденоко./ М. Вебер. — М.: Прогресс, 1990. — 144 с.; Парсонс, Т. Система современных обществ: Пер. с англ. Л.А. Седова, А. Д. Ковалева. Под ред. М. С. Ковалевой/ Т. Парсонс. — М.: Аспект Пресс, 1998. — 270 с.; Назарчук, А. В. Теория коммуникации в современной философии: Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса; Теория общества Ю. Хабермаса/ А. В. Назарчук. — М.: Прогресс-Традиция, 2009. — 320 с.; Тоффлер, Э. Метаморфозы власти: Пер. с англ. В. В. Белоскоков, К. Ю. Бурмистров, Л. М. Бурмистрова, Е. К. Комарова, А. И. Мирер, Е. Г. Руднева, Н. А. Строилова; Предисл. П. С. Гуревич/Э. Тоффлер — М.: АСТ, 2009. — 669 с.; Webster, F. Theories of the information society/F. Webster — London: London & New York, 1995. — 323 p.

³ См., например: Балынская, Н.Р. Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России/ Н. Р. Балынская. — Екатеринбург: Уральская академия государственной службы, 2009. — 183 с.; Василенко, И.А. Информационные ресурсы власти и формирование новой постклассической картины политического мира XXI века/ И. А. Василенко//Вестник Московского университета. Сер. 12, Политические науки. — М.: Изд-во МГУ, 2004. — № 2. — С.26-37; Ворошилов, В.В. Российские СМИ в системе социально-экономических отношений/ В. В. Ворошилов// Журналистика и социология. Россия, 90-е годы. Сб.статей/ Ред-сост. С.Г. Корконосенко. — СПб., 2001. — 189с.; Доценко, Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита/ Е.Л. Доценко. — СПб.: Речь, 2003. — 304с.; Кара-Мурза, С.Г. Власть манипуляции/ С. Г. Кара-Мурза. — М.: Академический проект, 2009. — 380 с; Нисневич, Ю. А. Информация и власть/Ю. А. Нисневич. — М.: Мысль, 2000. —175 с.; Пугачев, В. П., Соловьев, А. И. Введение в политологию/ В. П. Пугачев, А.И. Соловьев. — М.: Аспект-Пресс, 2008. — 448 с.; Корконосенко, С. Г. Журналистика в мире политики/С. Г. Корконосенко. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004. — 448 с.; Прохоров, Е. П. Журналистика и демократия/Е. П. Прохоров. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 352 с.

Р. Т. Мухаева, А. В. Оболонского, Р. Пайпса, Р. Ф. Туровского.⁴

Ко второй группе работ относятся исследования, раскрывающие особенности реализации информационной политики. Данная тема поднималась В. М. Гороховым, М. К. Горшковым, И. М. Дзялошинским, В. С. Комаровским, Ю. А. Нисневичем, А. В. Манойло, Е. П. Тавокиным, В. Д. Поповым, и др.⁵ Отдавая должное исследовательской работе названных авторов, необходимо признать, что информационная политика воспринимается ими с точки зрения «включения» информационных ресурсов в процесс управления обществом. Вместе с тем проблема взаимоотношения субъектов информационной политики, включающих в себя власть, общество и СМИ, практически остается за границами теоретического анализа. Методологический пробел в данном вопросе частично восполняют работы Д. Маквейла, С. М. Виноградовой, С. Г. Корконосенко, Б. Н. Лозовского, М. М. Ковалевой, В. А. Сидорова, раскрывающие тему взаимодействия власти и общества в публичном пространстве.⁶

⁴См., например: Аникевич, А. Г. Политическая власть: вопросы методологии исследования/ А. Г. Аникевич. — Красноярск: Изд-во Красноярского ун-та, 1986. — 180с.; Бердяев, Н.А. Истоки и смысл русского коммунизма/ Н. А. Бердяев. АН СССР, Науч. совет по проблемам культуры. — М.: Наука, 1990. — 220 с. Бутенко, А.П. Социологические вопросы истории и теории тоталитаризма/А. П. Бутенко // Социс. 1998 № 6. С. 26-37; Кантор, В. К. Личность и власть в России: сотворение катастрофы/В. К. Кантор // Вопросы философии. 1998 № 7. С. 14-22; Мухаев, Р. Т. Политология / Р. Т. Мухаев. — М.: Проспект, 2011. — 640с.; Оболонский, А. В. Драма российской политической истории: система против личности/ А. В. Оболонский. — М.: Инст. Государства и права, 1994. — 352 с.; Пайпс, Р. Россия при старом режиме.[Пер. с англ.: В. Козловский] / Р. Пайпс. — М.: Независимая газета, 1993. — 421 с.; Ильин, И. А. Путь духовного обновления/ И. А. Ильин. [Электронный ресурс] — Режим доступа: www.lib.ru/filosof/Il/put.txt. (Дата обращения: 10.04. 2013).; Стровский, Д. Л. Отечественные политические традиции в журналистике советского периода/ Д. Л. Стровский. — Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2001. — 246 с.; Туровский, Р. Ф. Политическая регионалистика/ Р. Ф. Туровский. — М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2006. — 780с.

⁵ См, например: Горохов, В.М., Комаровский В. С. Связь с общественностью в органах государственной службы/ Вводная лекция к курсу / В. М. Горохов, В. С. Комаровский. — М: РАГС, 1996. — 42 с.; Горшков, М.К. Российское общество в условиях трансформации (социологический анализ)/ М. К. Горшков. — М.: «Российская политическая энциклопедия, 2000. — 384с.; Грушин, Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения/Б. А. Грушин. — М.: Знание, 1979. — 64 с.; Дзялошинский, И. М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества/ И. М. Дзялошинский. — М.: Пульс, 2001. — 212 с.; Засурский, Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990-2004/ Я. Н. Засурский. — М: Изд-во МГУ, 2004. — 458 с.; Ковалева, М.М. Отечественная журналистика: вопросы теории и истории. Сборник статей/ М. М. Ковалева. — Екатеринбург: УрГУ, 2000. — 108 с.; Комаровский, В. С. Управление общественными отношениями/ В. С. Комаровский. М: РАГС, 2003. — 400с.; Манойло, А.В. Государственная информационная политика в особых условиях / А.В. Манойло. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: www.klex.ru/g8/manoil0. (Дата обращения: 22.09.2013);

Нисневич, Ю. А. Государственная информационная политика России сегодня и завтра/Ю. А. Нисневич/Центр законодательной парламентской работы. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/imag.nsf/BPA/8f09435324753a65c32568ba004420d3>. (Дата обращения: 15.09.2013); Информационная политика: учебник/под общ. ред. В.Д. Попова. — М: Изд-во РАГС, 2003 — 463с.; Государственная информационная политика: концепции и перспективы. Сб. статей. Составитель: Е. П. Тавокин. — М.: Изд-во РАГС, 2001. —83 с.

⁶См., например: McQuail, D. McQuail's Mass Communication Theory/ D. McQuail. — L.A., London: Sage, 2005 616р.; Виноградова, С. М. Традиции политического анализа журналистики/ С. М. Виноградова//Журналистика в

Существенный вклад в анализ заявленной диссертантом темы внесли работы представителей уральской школы исследований журналистики. Фундаментальной основой работы стало новое направление научного познания, предложенного

Б. Н. Лозовским и связанного с изучением манипулятивного влияния на СМИ.⁷ В работах М. М. Ковалевой представлены основные категории понятийного аппарата, связанного с изучением журналистики как творческой и общественной деятельности. Различные аспекты профессиональной культуры СМИ подробно рассмотрены в трудах В. Ф. Олешко. Значительное влияние на изучение заявленной темы оказали труды Д. Л. Стровского, Э. В. Чепкиной, И. В. Зиновьева, М. А. Мясниковой, рассматривавших роль и место СМИ как источников политического воздействия на общество.⁸ Эти работы составили *третью группу исследований*.

К *четвертой* группе работ относятся исследования, в которых рассматривается проблема развития информационного пространства в современных условиях. Данная проблема раскрыта в работах Н. Винера, Н. Дэвиса, Н. Лумана, М. Кастельса, Э. Тоффлера, М. М. Кузнецова, М. Маклюэна, Д. Маквейла, Г. С. Мельник, Л. Л. Реснянской, Л. Г. Свитич и др.⁹ Вопрос влияния пиар-технологий на специфику

мире политики: Исследовательские подходы и практика участия. Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб.: Изд-во Михайлова В. А. С. 43-91.; Ковалева, М.М. Содержание и структура понятия «государственная информационная политика»/М. М. Ковалева // Средства массовой информации в современном мире. — СПб.: Изд-во СПб. Ун-та; Факультет журн., 2010. — С. 125-126; Лозовский, Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации/Б. Н. Лозовский. — Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2008. —217 с.; Сидоров, В.А. Политическая культура средств массовой информации: дисс. ... докт. филос. н./В. А. Сидоров. — М.: Росс. Академия госслужбы при Президенте РФ, 1995. — 350 с.; Сидоров, В. А. Журналистика в политической системе общества/В. А. Сидоров// Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия. Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб.: Изд-во Михайлова В.А. С. 142-170.

⁷См., например: Лозовский, Б.Н. Кто и как манипулирует журналистами/ Б.Н. Лозовский. — Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2011. — 216 с.; Лозовский, Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации/Б. Н. Лозовский. — Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2008. —217 с.; Лозовский, Б.Н. «Четвертая власть» и общество: на тернистом пути к согласию/ Б. Н. Лозовский. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. — 174 с.; Лозовский Б. Н. Аудитория и СМИ: взаимодействие и манипулирование/ Б. Н. Лозовский// Известия Уральского государственного университета. Сер.1. Проблемы образования, науки и культуры. — 2008. — № 56.

⁸ См., например: Олешко, В.Ф. Моделирование в журналистике: Теория, практика, опыт/ В. Ф. Олешко. — Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2000. — 194с.; Олешко, В.Ф. Журналистика как творчество: Учеб. Пособие для курсов «Основы журналистики» и «Основы творческой деятельности журналиста»/ В. Ф. Олешко. — М.: РИП-Холдинг, 2003 – 112с.; Чепкина, Э.В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды. (1995-2000). Э.В. Чепкина. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000. — 279 с.; Зиновьев, И. В. Средства массовой информации и коммуникации в Интернете/И.В. Зиновьев. —Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та., 2007. —320 с.; Мясникова, М.А. Морфологический анализ современного российского телевидения/ М. А. Мясникова. —Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2010. — 320 с.; Стровский, Д.Л. Отечественные политические традиции в журналистике советского периода/ Д. Л. Стровский. — Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2001. — 246 с.; Стровский, Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода/Д. Л. Стровский. — М.: Юнити, 2011. —359 с.

⁹ См., например: Винер, Н. Кибернетика и общество. Пер. с англ.: Е. Г. Панфилова. Общ. ред. и предисл. Э. Я.

информационного процесса нашел отражение в работах Д. Брекенридж, Ж. Сегела, Е. В. Ахмадулина, М. П. Бочарова, Е. П. Головлевой, М. М. Ковалевой, А. Д. Кривоносова, Т. Ю. Лебедевой, Д. Л. Стровского, О. Г. Филатовой, А. Н. Чумикова, М. А. Шишкиной, и др.¹⁰

К пятой группе источников относятся исследования, посвященные пресс-службе как субъекту пиар-деятельности.

В работах В. В. Ворошилова, А. И. Гнетнева, А. Г. Киселева, А. В. Кочеткова, А. С. Тарасова, М. С. Филь, М. А. Шишкиной отражены функциональные и структурные особенности пресс-служб и специфика их деятельности.¹¹ Особенности применения пресс-службами пиар-технологий для представления образа власти субъектам публичного пространства были рассмотрены С. В. Санниковым,

Кольмана / Н. Винер. — М.: Изд-во иностр. лит., 1958. — 199с.; Davis, N. The Flat Earth News/ N. Davis. — UK: London, 2008. — 420 p.; Луман, Н. Реальность массмедиа. [Пер. с нем. А. Ю. Антоновского]/ Н. Луман. — М.: Праксис, 2005. — 256 с.; Кастельс, М. Галактика Интернет [Пер. с англ. А. Матвеева]/ М. Кастельс. — Екатеринбург: У-Фактория., 2004. — 328 с.; Маклюэн, М. Понимание медиа [Пер. с англ. В. Николаева]/ М. Маклюэн. — М.: Кучково поле, 2011. — 464с.; Маклюэн, М. Фиоре, К. Война и мир в глобальной деревне [Пер. с англ. И. Летбергера]/ М. Маклюэн, К. Фиоре. - М.: Астрель, 2012. — 219с.; Мельник, Г. С. Mass Media: психологические процессы и эффекты/ Г. С. Мельник. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. — 160с.; Реснянская, Л. Л. Общественный диалог и политическая культура общества/ Л. Л. Реснянская. - М.: Пульс, 2003. — 44с; Свитич, Л. Г. Феномен журнализма/ Л. Г. Свитич. - М.: Икар, 2000. — 252 с.; Тоффлер, Э. Третья волна. [Пер. с англ. К. Ю. Бурмистрова, Л. М. Бурмистровой, К. Л. Татариновой, З.А. Заритовской, Е.К. Комаровой, В. С. Кулагиной-Ярцевой, С.И. Барабанова, Н.Г. Кротовской, А.М. Микиши, Е.Г. Рудневой, Н. А. Строиловой]/ Э. Тоффлер. - М.: АСТ, 2010. — 795 с.; Бехман, Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. [Пер. с нем. А. Ю. Антоновского]/ Г. Бехман. - М.: Логос, 2012. — 248 с.; Кузнецов, М. М. Опыт коммуникации в информационную эпоху/ М. М. Кузнецов. - М.: ИФРАН, 2011. — 143с.; McQuail, D., Suine, K. Media Policy: Convergence, Concentration and Commerce/ D. McQuail, K. Suine. — London: Sage Publications, 2012. — 231p.;

¹⁰ См., например: Амадулин, Е.В. Основы теории журналистики/ Е. В. Ахмадулин. — Ростов н/ Д.: Феникс., 2009. — 350 с.; Чумиков, А.Н. Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры/ А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М.: Юрайт, 2009. 721 с; Брекенридж, Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты [Пер. с англ. М. В. Синельниковой]/ Д. Брекенридж. - М.: Эксмо, 2010. - 272 с.; Головлева, Е.П. Массовые коммуникации и медиапланирование/ Е. П. Головлева. - М.: Академический проект, 2009. — 352 с.; Ковалева, М. М. Технологии полуправды или конец классической русской журналистики/ М. М. Ковалева// Известия Уральского государственного университета. Серия 1. «Проблемы образования, науки и культуры». — Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2006. № 40. С. 5-9./; Кривоносов, А. Д., Шишкина, М. А., Филатова, О. Г. Основы теории связей с общественностью/ А. Д. Кривоносов, М. А. Шишкина, О. Г. Филатова. - СПб.: Питер, 2010. — 384 с.; Кузьменкова, М.А. Связи с общественностью: гражданский диалог/ М. М. Кузьменкова. М.: Изд-во Московского ун-та, - 2010. — 288с. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов/ Г. Г. Почепцов. - М.: «Рефл-бук», Киев: «Ваклер», 2002. — 624с; Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики/ Е. П. Прохоров. - М.: Аспект Пресс, 2009. — 351с.; Сегела, Ж. Лебедева, Т. Ю. Ностальгия по будущему/ Ж. Сегела, Т. Ю. Лебедева. - М.: Изд-во МГУ, 2005. — 126с; Лебедева, Т. Ю. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии. Учеб. Пособие для студентов. М. Изд-во МГУ, 2007. - 224 с.; Корпоративная культура и корпоративные ценности современной фирмы: международный опыт и российская практика. Под общ. ред. Стровского, Д. Л./ Д. Л. Стровский. — Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2003. — 285. с.

¹¹ См., например: Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба/ В. В. Ворошилов. - М.: Кнорус, 2009. — 224 с.; Гнетнев, А.И. Филь, М. С. Современная пресс-служба/ А. И. Гнетнев, М. С. Филь. - Ростов н/ Д.: «Феникс», 2010. — 414 С; Кочеткова, А. В. Тарасов, А.С. Современная пресс-служба/ А. В. Кочеткова, А. С. Тарасов. - М.: Эксмо, 2009. — 272с.; Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка к созданию медиатекста/ А. Г. Киселев. — СПб.: Питер, 2011. — 400с.

Н. А. Романовичем.¹²

К *шестой группе* источников относятся работы, посвященные политической лингвистике и особенностям трансформации текстов в условиях развития Интернета. В работах А. Н. Баранова, О. И. Воробьевой, Э. В. Булатовой, А. А. Романова, Э. М. Эпштейна, А. П. Чудинова¹³ раскрыты особенности анализа политических текстов, являющихся основой формирования образа власти в СМИ. В исследовании М. Г. Шилиной¹⁴ рассмотрены особенности формирования Интернет-коммуникации и становление новой формы текста – гипертекста, что в условиях развития информационных технологий представляется нам крайне своевременным.

Вместе с тем в представленных трудах не подвергалось специальному анализу влияние пиар-технологий на формирование образа власти в региональных СМИ, отсутствует также система оценки эффективности информационной политики. Все это определило исследовательский интерес автора и перспективность изучения темы, вынесенной в заглавие работы.

Объектом диссертационного исследования стал информационный процесс, который в современных региональных условиях проецирует многие федеральные тенденции общественно-политического развития и массово-информационной деятельности.

Предмет исследования – специфика воздействия пиар-структур на редакционную деятельность региональных средств массовой информации, направленного на формирование образа власти.

¹²Романович, Н. А. Централизация и иерархичность как базовые аспекты образа власти в России/ Н. А. Романович// Научный эксперт. 2010 № 7-8. С. 34-44; Санников С. В. Образ власти как продукт социальной коммуникации: семиологический анализ/ С. В. Санников// Научно-издательский центр: Социосфера [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://sociosfera.com/publication/conference/2011/105/obraz_vlasti_kak_produkt_socialnoj_kommunikacii_semiologicheskij_analiz/ (Дата обращения: 1.05.2012).

¹³ См., например: Баранов, А. Н. Введение в прикладную лингвистику/ А. Н. Баранов. - М.: Едиториал УРСС, 2001. – 360 с.; Булатова, Э. В. Практика выделения ключевых знаков журналистского текста/ Э. В. Булатова. // Известия Уральского государственного университета. Серия 1. «Проблемы образования, науки и культуры». – Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2013. № 3 (116). – С. 10 – 17; Воробьева, О. И. Политическая лексика: семантическая структура. Текстовые коннотации/ О. И. Воробьева. - Архангельск: Изд-во Помор. гос. ун-та, 1999. - 92 с; Романов А. А., Политическая лингвистика. Функциональный подход/ А. А. Романов. М.: Тверь, 2002. – 273 с; Эпштейн, М. Н. Идеология и язык (построение модели и осмысление дискурса) / М. Н. Эпштейн//Вопросы языкознания. 1991. № 6. С/ 19-33; Чудинов, А. П. Политическая лингвистика/А. П. Чудинов. - М.: Флинта: Наука, 2012. – 256с.

¹⁴См., например: Шилина, М. Г. Текстогенные трансформации инфосферы/ М. Г. Шилина. – М.: «РИЦ Северо-восток, НИУ ВШЭ, 2012. – 736с.

Целью диссертационного исследования является определение особенностей формирования образа власти в региональных СМИ в условиях возрастающего влияния пиар-структур и пресс-служб на процесс журналистской деятельности.

Достижение указанной цели предполагает решение следующих исследовательских задач:

1. Выявить ресурсы и особенности информационного влияния власти на региональные СМИ;
2. Определить содержательные приоритеты и принципы реализации информационной политики в региональных условиях на фоне стремительных изменений общественно-политической жизни, а также обозначить роль власти в реализации информационной политики;
3. Уточнить специфику функционирования пресс-службы как субъекта реализации пиар-технологий, влияющего на редакционную деятельность СМИ, а также проанализировать эффективность применения пиар-технологий по созданию в СМИ образа власти;
4. Исследовать исторические и общественно-политические предпосылки к формированию специфики медиапространства Тюменской области, обозначить его основные тенденции развития;
5. Проанализировать особенности формирования образа власти в региональных СМИ.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют различные исследовательские подходы (системный, комплексный, структурно-функциональный, исторический), которые были применены в ходе анализа особенностей регионального информационного процесса, систематизации информационных материалов, транслируемых в СМИ. Автор опиралась на следующие методы познания: сравнение, наблюдение, экспертное и закрытое интервью, контент-анализ.

Для определения особенностей применения пиар-технологий в формировании образа власти в СМИ использовался метод описания.

При исследовании специфики реализации информационной политики на федеральном и региональном уровне, а также при осмыслении проблемы взаимоотношений власти и общества были применены сравнительно-исторический метод, а также методы систематизации и противопоставления. Для определения

функциональных особенностей пресс-службы как субъекта пиар-деятельности использовался метод сопоставления функций пиара и журналистики и метод классификации групп собственных функций пресс-службы.

Рассматривая особенности создания образа губернатора Тюменской области в региональных СМИ, автор применила метод контент-анализа информационных сообщений о деятельности власти в федеральных и региональных СМИ.

В исследовании использовался также метод включенного наблюдения: диссертант в период с 2009 по 2011 гг. работала начальником пресс-службы губернатора Тюменской области.

Эмпирическую базу реферируемого исследования составляют четыре основные группы материалов:

В первую группу входят информационные и аналитические материалы о деятельности губернатора Тюменской области и региональной власти, опубликованные в пяти общественно-политических газетах региона: «Тюменская область сегодня», «Тюменская правда», «Тюменские известия», «Комсомольская правда в Тюмени» и «Аргументы и факты в Западной Сибири» и в пяти интернет-ресурсах: «Вслух.ру», «Тюменская линия», «72.ру», «Тюмикс», «Наш город». В период с 2011 по 2013 гг. автором диссертационного исследования было проанализировано в общей сложности 2 395 сообщений в печатных СМИ и 2 496 сообщений в интернет-изданиях.

Кроме того, в своих выводах автор опиралась на ежедневные мониторинги федеральной и региональной прессы, проводимые по заказу департамента информационной политики Тюменской области в период с 2010 по 2012 гг.

Во вторую группу входят результаты социологических исследований, посвященных анализу СМИ Тюменской области; особенностям восприятия обществом деятельности власти. Автор также опиралась на данные рейтингов губернатора Тюменской области и исследования социально-экономического положения региона, полученные из открытых источников.

В третью группу входят концепции и положения информационной политики Тюменской области, нормативные документы, регламентирующие деятельность субъектов ее реализации.

В четвертую группу входят данные анонимных интервью журналистов и главных редакторов ведущих региональных СМИ на тему оценки эффективности пиар-деятельности по созданию образа региональной власти, которые были проведены диссертантом.

Научная новизна диссертационной работы заключается, во-первых, в постановке проблемы влияния пиар-структур на редакционную деятельность региональных СМИ на современном этапе (2010 – 2013 гг.); во-вторых, в рассмотрении особенностей формирования образа власти посредством пиар-технологий в условиях специфики регионального информационного процесса; в-третьих, в исследовании закономерностей развития информационного пространства в региональных условиях.

Научная новизна исследования также определяется авторской классификацией функций пресс-службы как субъекта пиар-деятельности, существующего на стыке двух явлений – пиара и журналистики.

Впервые в практике исследований региональных СМИ автор классифицирует пиар-технологии пресс-службы в качестве инструментов формирования публичного образа региональной власти. С учетом того, что их влияние на редакционную практику СМИ до настоящего времени в Тюменской области не изучалось, автор обосновывает гипотезу о невысоком профессиональном уровне современной региональной журналистики, не способной противостоять доминированию пресс-служб и ставшей инструментом информационного воздействия на общество.

Положения диссертации, выносимые на защиту, заключаются в следующем:

1. Выявлено, что основными инструментами воздействия власти на общество в современных региональных условиях являются информационные ресурсы, которые определяются как собственные информационные ресурсы власти (пресс-службы и пиар-структуры) и внешние информационные ресурсы (СМИ).
2. Исследованы особенности влияния пресс-служб и пиар-структур на редакционную деятельность СМИ, которые в рамках исследования специфики регионального информационного процесса характеризуются значительным присутствием пиар-информации в общем содержательном наполнении изданий.

3. Обозначены характеристики информационной политики как комплекса совместных действий власти, общества и СМИ, направленных на формирование паритетных отношений всех обозначенных субъектов. Определена роль власти в выстраивании таких отношений, которая выражается в создании условий для формирования на базе материалов СМИ открытых дискуссий для обсуждения действий власти и политических событий.
4. Сформулированы функциональные особенности и принципы профессиональной деятельности пресс-службы как субъекта реализации пиар-технологий, которые в условиях стремительно меняющейся общественно-политической жизни страны определяются как действия, направленные на создание условий для формирования диалога власти и общества, который мог бы стать следствием авторских, журналистских материалов о деятельности власти в СМИ.
5. Определены и систематизированы пиар-технологии, которые применяет пресс-служба для формирования образа власти в СМИ, выражающиеся в транслировании пиар-информации. Проведена оценка эффективности данной пиар-технологии, характеризующейся комплексностью и частотой использования, что позволяет оказывать значительное влияние на редакционную деятельность СМИ. Выявлены факторы, влияющие на особенности восприятия образа власти обществом, которые определяются спецификой регионального информационного процесса и условиями социально-экономического развития Тюменской области.

Практическая значимость исследования заключается, во-первых, в возможности применения его основных положений в работе региональных органов власти и, в частности, для разработки концепции информационной политики и стратегии позиционирования губернатора в публичном пространстве. Данная работа может стать методической основой для выстраивания оптимальных принципов взаимодействия власти и СМИ в условиях реализации общественной и политической жизни региона.

Во-вторых, отдельные положения диссертации могут быть использованы для создания или повышения эффективности работы пресс-служб в региональных или

муниципальных органах власти, а также на государственных предприятиях, в общественных организациях и бизнес-структурах.

Данное исследование включает ряд методических рекомендаций и набор практических инструментов, использование которых в редакционной деятельности СМИ позволит сохранить основные принципы журналистской профессии и противостоять активному влиянию пиар-структур на информационный процесс.

В-третьих, результаты исследования могут быть использованы в научных и образовательных целях для разработки учебных курсов, посвященных основам журналистики и пиар-деятельности. В частности, на основе данной работы могут быть подготовлены спецкурсы по спичрайтингу, основам пиар-деятельности, специфике работы пресс-службы, а также учебная программа подготовки пресс-секретарей.

Теоретические и эмпирические наработки, сделанные в процессе исследования и связанные с использованием информационных ресурсов и пиар-технологий, могут оказать существенную помощь сотрудникам действующих пресс-служб.

В рамках **научно-практической апробации диссертации** были разработаны авторский 72-часовой спецкурс для пресс-секретарей и специалистов по связям с общественностью в государственных структурах, а также учебный план для подготовки специалистов (пресс-секретарей) по программе получения второго высшего образования на кафедре социальных технологий Института гуманитарных наук Тюменского государственного нефтегазового университета (ТюмНГУ).

Ряд практических рекомендаций, представленных в работе, основывается на опыте работы диссертанта в качестве начальника пресс-службы губернатора Тюменской области в период с 2009 по 2011 гг. Автор участвовала в создании блога губернатора (на официальном портале Тюменской области), аккаунта в Твиттере, существующих для взаимодействия главы региона с представителями интернет-сообщества и блогерами.

По теме диссертационного исследования опубликовано восемь научных работ, в том числе три в изданиях, рецензируемых ВАК Министерства образования и науки РФ.

Основные положения, теоретические и практические результаты, содержащиеся

в диссертационном исследовании, были изложены в рамках международных, всероссийских научно-практических конференций: «Гуманитарные стратегии российских трансформаций» (г. Тюмень, 26-27 октября 2007 г.), «Новые технологии – нефтегазовому региону» (г. Тюмень, 3-5 февраля 2008 г.), «Подготовка пиар-специалиста в вузе: теория и практика» (г. Екатеринбург, 18 декабря 2010 г.), «Пятые Международные научные чтения в Москве. СМИ и массовые коммуникации – 2013» (г. Москва, 14-15 ноября 2013 г.).

Диссертация обсуждена на расширенном заседании кафедры истории журналистики департамента «Факультет журналистики Института гуманитарных наук и искусств ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина» и рекомендована к защите.

Структура и объем диссертационной работы

Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, включающих восемь параграфов, заключения, приложений и библиографического списка (157 наименований). Содержание работы изложено на 164 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертации, обусловленная возрастающим влиянием пиар-структур на редакционную деятельность СМИ в условиях изменения особенностей общественно-политической жизни страны и кризиса журналистики. Определяются степень научной разработанности проблемы, объект и предмет исследования, формулируются цели и задачи работы, описывается ее научная новизна, отражаются основные положения, выносимые на защиту, рассматриваются теоретико-методологическая основа и эмпирическая база диссертации, характеризуется ее практическая значимость, раскрывается апробация полученных результатов исследования и дается краткое описание его структуры.

В **первой главе «Региональная власть: ресурсы, особенности влияния»** актуализируется проблема взаимодействия власти как ведущего субъекта политического процесса и общества в условиях развития информационного пространства, обозначается роль информационных ресурсов в активизации такого

взаимодействия. В главе решаются теоретические задачи работы: исследуются понятия «власть», «политический процесс», «субъекты политического процесса», «образ власти», «информационные ресурсы власти», рассматриваются типы власти, анализируются особенности взаимодействия власти и общества в информационном пространстве. Власть использует сегодня информационные ресурсы исключительно в качестве инструментов одностороннего, манипулятивного влияния на общество через СМИ, которые в современных условиях оказываются неспособными противостоять такому воздействию, становясь просто объектами информационного влияния.

В параграфе 1.1 «Власть: содержание понятия, специфика деятельности» обосновывается исследовательский интерес автора к феномену власти как к главному участнику политического процесса, обеспечивающему устойчивость государственного устройства. Применение комплексного, междисциплинарного подхода и анализ различных концепций власти (теории Ю. Хабермаса, М. Фуко, Э. Тоффлера и др.) позволяют обозначить типы власти и выявить, что в условиях становления информационного общества доминирующей становится именно информационная власть.

Рассмотрение специфики политического процесса на примере России позволяет утверждать, что основным участником этого процесса традиционно являлась власть. Исследование особенностей взаимодействия субъектов политического процесса свидетельствует о том, что он базируется на массовой информации, которая в современных условиях становится главным инструментом политического воздействия. Это позволяет сделать вывод, что политическая власть, воздействуя на общество, в первую очередь использует для реализации этой цели информационные ресурсы.

В параграфе 1.2 «Информационные ресурсы власти» обозначаются возможности и проблемы их использования властью.

Анализ специфики современного регионального информационного процесса позволил выявить его основных участников, определив, что ведущим из них является сегодня власть, которая путем использования информационных ресурсов оказывает существенное влияние на его содержание. В процессе исследования сущностных особенностей и функциональных характеристик информационных ресурсов

определено, что они могут быть разделены на две группы: собственные информационные ресурсы власти (пресс-службы и пиар-структуры) и внешние информационные ресурсы власти (СМИ). Выявлено, что именно информационные ресурсы - главные инструменты формирования образа власти, с которым и имеет дело большая часть общества.

Вместе с тем исследование специфики регионального информационного процесса позволяет сделать вывод об использовании информационных ресурсов исключительно в качестве инструментов воздействия на общество, что выражается в транслировании односторонней и не всегда объективной информации. Это не может привести к становлению цивилизованных, равноправных отношений власти и общества, основанных на доверии и взаимном уважении, которые и могли бы стать залогом создания развитого демократического государства. Эффективное использование информационных ресурсов способствовало бы формированию таких отношений, которые могли бы стать основой диалога власти и общества. В этом случае СМИ призваны стать площадкой для открытых дискуссий, возможность которых обеспечит распространение информации, включающей многообразие мнений и суждений по различным аспектам деятельности власти, а пресс-службы – инструментами, создающими условия для существования такой площадки.

Во второй главе **«Пресс-служба губернатора как информационный ресурс региональной власти»** актуализируется проблема возросшего влияния пиар-структур как базовых информационных ресурсов власти на редакционную деятельность СМИ. Анализ особенностей современного регионального информационного процесса позволяет выявить, что СМИ выступают сегодня в основном в роли транслятора информации, оказываясь тем самым объектом информационного воздействия пресс-служб власти. Одна из причин сложившейся ситуации – отсутствие в стране и, соответственно, в регионах внятной концепции информационной политики, которая могла бы стать методической основой формирования открытых взаимоотношений власти и общества. Отсутствие такой концепции приводит к ряду противоречий в деятельности СМИ в выстраивании отношений с властью и ее пресс-службами.

В параграфе 2.1 **«Роль власти в информационной политике региона»** показано, что протестные настроения, проявившиеся в последние годы в

политическом пространстве страны, стали следствием несформированных в России открытых взаимоотношений власти и общества. Одна из причин этой проблемы – отсутствие четко установленных «правил игры» во взаимоотношениях власти, СМИ и общества.

Изучение теоретических подходов к исследованию обозначенной проблемы и анализ нормативной базы соответствующего профиля позволили выявить, что в России существует сегодня ряд программных документов, регламентирующих сферу информационной деятельности, однако ни в одном из них не уделяется внимание содержательным приоритетам развития системы взаимоотношений власти, общества и СМИ. В случае же если эти аспекты все-таки обозначаются, они носят декларативный характер и являются слабо реализуемыми в нынешних общественно-политических условиях.

Анализ современной концепции информационной политики Тюменской области отчетливо свидетельствует о том, что эта политика в региональных условиях воспринимается властью, как основным субъектом ее реализации, как система воздействия на общество с помощью информационных ресурсов. Все это совершенно не соответствует запросам граждан в получении объективной информации, которая способствовала бы открытой дискуссии с властью.

Диссертант отмечает, что изменить ситуацию возможно только в случае, если власть осознает потребность открытого диалога с обществом, основой создания которого могла бы стать информационная политика как комплекс равноценных усилий власти, общества и СМИ, позволяющий совместно формулировать решения по развитию страны. Разработка политики может быть осуществлена путем проведения аудита эффективности субъектов, реализующих ее как на федеральном, так и на региональном уровне, возрождения института государственных СМИ, способных объективно и взвешенно разъяснять действия власти и суть политических процессов, происходящих в стране, посредством медиаобразования общества, призванного сформировать информационную культуру граждан. На общем фоне особый смысл приобретает возрождение журналистики как общественной, творческой профессии, нацеленной на распространение объективной информации. Все это позволит создать на базе СМИ открытые дискуссионные площадки для обсуждения действий власти и

политических событий.

В параграфе 2.2 «Пресс-служба как субъект информационного влияния» раскрывается проблема активизации пресс-служб в условиях регионального информационного процесса. Осознание того, что большинство информационных материалов, появляющихся ежедневно в СМИ Тюменской области, основываются на сообщениях пресс-служб власти и официальных структур, позволяет сделать вывод, что средства массовой информации не являются сегодня самостоятельным участником информационного процесса, выступая в большей степени транслятором информации.

Определение пресс-службы как активного участника информационного процесса ставит на повестку дня необходимость изучения ее сущностных характеристик и функциональных особенностей. Это, в свою очередь, выявляет проблему амбивалентности пресс-службы, которая действует на стыке двух видов массово-коммуникационной деятельности: журналистики и паблик рилейшнз. Анализ функций пиара и журналистики позволяет систематизировать собственные функции пресс-службы, обозначив при этом *группу функций социализации*, реализуемых путем распространения сведений и влияния на их восприятие, и *группу ценностно-ориентационных функций*, направленных на формирование взглядов и убеждений. Исследование особенностей реализаций всех вышеобозначенных функций и изучение специфики деятельности пресс-службы позволяет определить, что она является субъектом пиар-деятельности и инструментом информационного влияния власти.

Пресс-служба воздействует на региональные СМИ путем использования различных пиар-технологий; СМИ, в свою очередь, в силу экономической зависимости от власти и системного кризиса журналистики оказываются не в состоянии этому противостоять. Все это размывает основы журналистской профессии, нивелирует ее сущность и ставит под сомнение необходимость существования института СМИ с присущими ему функциями информационной деятельности.

Однако роль пресс-службы в информационном и политическом пространстве может качественно измениться. Это произойдет в том случае, если власть сможет инициировать подлинную дискуссионность по вопросам политического и

экономического развития страны. Это возможно при условии появления авторских, журналистских материалов о деятельности власти в СМИ. Только в этом случае пресс-служба сможет стать действительно эффективным инструментом организации и осуществления на практике таких дискуссий.

В параграфе 2.3 «Создание образа губернатора как ключевая задача пресс-службы» выявляются особенности формирования образа власти путем комплексного использования пиар-технологий в информационных материалах СМИ.

Анализ приемов конструирования образа власти, проведенный в диссертационной работе, позволил определить, что наиболее частой и самой эффективной пиар-технологией в современных региональных условиях является распространение пиар-информации. Эта информация определяется диссертантом как оптимизированные сообщения, инициированные властью в качестве базисного субъекта публичных отношений и направленные на решение определенной пиар-задачи.

Исследование особенностей распространения пиар-информации позволяет утверждать, что она может быть реализована путем создания и транслирования пресс-релизов, инициирования заявлений для прессы, подготовки информационных и аналитических материалов для СМИ, создания новостей и информационных поводов, наполнения веб-сайта, проведения брифингов, пресс-конференций, круглых столов и теле- и радиоэфиров, создания пулов журналистов, работы с социальными медиа.

Каждое информационное сообщение, где упоминается губернатор региона, является политическим текстом, поскольку тот позиционируется как представитель государственной власти. В ходе анализа типологических свойств политического текста применительно к пресс-релизам о губернаторе Тюменской области автор приходит к выводу, что большинство из них не содержат одного из основных признаков политического текста – диалогичности. Отсутствие признаков диалогичности порождает проблему потери интереса к тексту со стороны аудитории, в результате сообщение попросту остается незамеченным.

Таким образом, можно сделать вывод, что пресс-служба не всегда эффективно использует пиар-технологии создания образа власти, тем не менее их комплексное и активное применение позволяет ей оказывать значительное влияние на СМИ, которые все чаще становятся просто площадкой для транслирования образа губернатора, уже

созданного пресс-службой.

В третьей главе **«Образ региональной власти в тюменских СМИ»** на основе эмпирических исследований, посвященных общественно-политическому развитию Тюменской области и особенностям региональной специфики информационного пространства, поднимается проблема формирования образа региональной власти, который складывается у тюменской аудитории исключительно за счет личного образа губернатора В. В. Якушева. Анализ данной проблемы позволяет выявить причины, сформировавшие такую ситуацию: сильный аппаратный вес губернатора как на региональной, так и на федеральной политической арене, отсутствие в регионе других харизматичных лидеров, а также слабость СМИ, обусловленная экономической и политической зависимостью от власти и невысоким профессиональным уровнем редакций, что выражается в транслировании созданного посредством пиар-технологий образа власти без какой-либо рефлексии.

В параграфе 3.1 **«Пиар-стратегии формирования образа власти»** выявляются особенности разработки пиар-стратегии как совокупности действий для достижения определенного результата в сфере публичных отношений, определяются основные этапы ее реализации: оценка текущего состояния, определение целей и задач, формулирование миссии, обозначение целевой аудитории, основная деятельность и оценка ее эффективности.

Анализ особенностей реализации пиар-стратегий позволил выявить их виды: агрессивную, нейтральную, апологетическую, а также определить, что реализацию пиар-стратегий осуществляет пресс-служба путем использования различных пиар-технологий, наиболее эффективной из которых является распространение пиар-информации. СМИ, в свою очередь, в условиях информационного пространства Тюменской области выступают площадкой для реализации пиар-стратегии, направленной на формирование образа власти.

В параграфе 3.2 **«Особенности информационного пространства региона как проблемный фактор функционирования СМИ»** анализируется проблема несамостоятельности тюменских СМИ в условиях политического и информационного процесса.

В ходе изучения особенностей развития региональных СМИ выявлено, что

кардинальные изменения регионального информационного процесса, связанные с ужесточением воздействия на массмедиа, произошли с приходом к власти губернатора Тюменской области Сергея Собянина в 2001 году. Именно он заложил основные принципы информационной политики, выражающиеся в одностороннем, зачастую манипулятивном воздействии власти на общество посредством СМИ.

Исследование современных особенностей регионального информационного процесса, информационных предпочтений аудитории, и анализ результатов социологических исследований позволил обозначить ряд тенденций развития тюменского медиaprостранства на современном этапе: это прямая или опосредованная зависимость СМИ от региональной власти, существенное влияние пресс-служб на формирование информационной повестки дня, слабое присутствие в регионе независимых медиаресурсов. Все это позволяет сделать вывод, что региональная власть имеет весьма благоприятные условия для управления обществом при помощи информационного влияния на СМИ.

В параграфе **3.3 «Образ власти в тюменских СМИ: специфика формирования и восприятия»** анализируется образ, который создается посредством используемых пресс-службой пиар-технологий в региональных СМИ.

Контент-анализ публикаций региональных печатных изданий и интернет-СМИ позволил выявить, что региональная власть представлена в информационном пространстве, как правило, в образе губернатора: основная доля сообщений о нем носит позитивный характер, и только около 20% общего информационного объема - нейтральный. Образ эффективного управленца создается путем транслирования информации о решении социально-экономических проблем региона. Образ квалифицированного эксперта формируется путем распространения информации об его инициативах модернизации различных сфер экономики и социальной сферы на федеральном уровне. Образ социально ориентированного руководителя конструируется посредством распространения информации о реализации социальных программ, направленных на улучшение жизни населения Тюменской области.

Результаты анализа публикаций и экспертных интервью руководителей и журналистов региональных СМИ позволили сделать вывод, что медиаобраз губернатора и региональной власти формируется путем реализации апологетической

пиар-стратегии, т. е. путем активного и позитивного информирования общества о его деятельности. Образ губернатора создается путем распространения пиар-информации, что является наиболее эффективной пиар-технологией формирования образа власти в СМИ.

В **заключении** отмечается, что доминирующее влияние пиар-структур и пресс-служб на редакционную деятельность СМИ путем транслирования пиар-информации как наиболее эффективной пиар-технологии приводит к постепенной деформации сущности журналистской профессии и потере доверия общества к СМИ. Утрачивая свою первоначальную миссию, направленную на разъяснение сути процессов, происходящих в стране путем формирования объективной картины дня на основе всестороннего анализа фактов, взвешенной аргументации и сопоставления различных точек зрения, СМИ становятся объектами информационного влияния власти.

Основные положения диссертации нашли отражение в восьми публикациях автора общим объемом 5,1 п.л.:

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК:

1. Бурова, Ю.Е. Роль пресс-службы в формировании информационного пространства/ Бурова Ю.Е.// Известия Уральского государственного университета. Серия 1 «Проблемы образования, науки и культуры». – Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2010. - № 3(92). – С. 33-42. (1,1 п.л.)
2. Бурова, Ю.Е. Функциональные особенности современной пресс-службы/ Бурова Ю.Е.// Гуманитарный вектор. Серия «Педагогика, философия, культурология, психология, политология, история, филология, востоковедение». – Чита: Изд-во Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета им. Н.Г. Чернышевского, 2012. - № 2 (30). – С. 232 – 238. (0,7 п.л.)
3. Бурова, Ю.Е. Информационные ресурсы власти/ Бурова Ю.Е.// Гуманитарный вектор. Серия «Педагогика, философия, культурология, психология, политология, история, филология, востоковедение». – Чита: Изд-во Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета им. Н.Г. Чернышевского, 2013. - № 2 С. 135-139.(0,5 п.л.)

Другие публикации:

4. Бурова, Ю.Е. Госзаказ – не во вред/ Бурова Ю.Е.// Медиа-Дискурс: теория и практика массовых коммуникаций. Екб. 2009. - С. 18.; (0,1 п.л.)
5. Бурова, Ю.Е. Работа в пуле – качественная журналистика или инструмент PR?/ Бурова Ю.Е.// Актуальные проблемы журналистики. Томск:. Томский государственный университет, 2010. - С. 23-25; (0,7 п.л.);
6. Бурова Ю.Е. Особенности реализации пресс-службой информационной функции/ Бурова Ю.Е.// Материалы пятой Всероссийской научно-практической конференции «Подготовка пиар-специалиста в вузе: теория и практика». Екатеринбург, 2010. С. 63-66. (0,3 п.л)
7. Бурова, Ю.Е. Пресс-служба как субъект пиар-деятельности/ Бурова Ю.Е.// Тюмень: Тюменский государственный нефтегазовый университет, 2012 С. - 111 - 118; (0,9 п.л.);
8. Бурова, Ю.Е. Информационные ресурсы пресс-службы/ Бурова Ю.Е.// «Pedagogika XXI», Czestochowa, Poland, 2012. С. 189-200 (0,9 п.л.).